

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Negara Indonesia merupakan suatu Negara Berkembang, yang sebagian penduduknya berkembang dalam bidang wirausaha untuk kelangsungan hidup. Perkembangan prosentase jumlah wirausahawan di Indonesia tidak begitu pesat, padahal jumlah wirausahawan di Indonesia yang mandiri dan sukses akan menjadi lokomotif ekonomi Indonesia yang mampu mengatasi tingkat pengangguran pasif maupun aktif dan pada akhirnya mampu mengatasi tingkat kemiskinan yang *absolute* atau permanen. Di negara maju sendiri umumnya memiliki wirausahawan lebih banyak dibandingkan dengan negara berkembang.

Hal ini memberikan dampak yang positif dengan meningkatkan perekonomian negara, dan mengurangi jumlah pengangguran dengan menyediakan lapangan pekerjaan (Hendro, 2011). Adanya Industri kecil maupun industri besar memiliki peranan yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Peranan industri di Indonesia dirasakan sangat penting terutama dalam aspek-aspek seperti kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi. Industri kecil dan industri rumah tangga adalah termasuk bentuk perekonomian rakyat Indonesia yang apabila dikelola dengan baik, dapat membantu memecahkan masalah-masalah dalam pembangunan Indonesia (Fitragusi, 2014). Suatu Usaha adalah kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil

berupa keuntungan, upah, atau laba usaha. usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. Menurut De Jong dan Hartog (2003) Tujuan sebuah usaha adalah salah satunya untuk memperoleh hasil atau keuntungan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Untuk mencapai produktivitas yang tinggi banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi, baik itu faktor yang berasal dari dalam diri manusia, maupun faktor berasal dari luar diri manusia. Untuk meningkatkan produktivitas kerja, maka faktor-faktor tersebut harus dapat diterapkan dalam lingkungan kerja sebaik mungkin (De Jong, J. & Hartog, 2003; Sudjarmoko Bedy, 2010).

Dalam merencanakan maupun membuka sebuah usaha harus dapat memiliki strategi dan pengetahuan mengenai tingkat kebutuhan masyarakat di Negara Indonesia. Kebutuhan pokok yang mendasar bagi setiap manusia terdiri dari kebutuhan sandang, pangan dan papan (Suryana, 2001). Sandang merupakan salah satu kebutuhan primer yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Di Indonesia, kebutuhan sandang akan terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk. Pemenuhan kebutuhan sandang tidak lepas dari adanya perusahaan konveksi untuk memproduksi sandang. Perusahaan konveksi di Indonesia meningkat jumlahnya seiring peningkatan populasi dan kebutuhan konsumen akan sandang dan gaya hidup. (Hadijah, 2015).

Salah satu industri ternaman yang cukup meluas di kalangan masyarakat perkotaan di Negara Indonesia adalah industri sandang / pakaian dari brand ternama yaitu Zoya dan Elzatta. Kedua industri tersebut memiliki kesamaan dalam produksi pakaian, yaitu pakaian muslimah dan berbagai macam kebutuhan busana muslim, seperti baju koko, kerudung, mukenah dan sebagainya. Dari Tahun ke Tahun jumlah *location store* dari kedua industri tersebut semakin meningkat, dimana di tahun 2015, toko Zoya dan Elzatta sudah memiliki sekitar 71 *location store* yang tersebar di daerah Indonesia. Namun, terdapat beberapa perbedaan dari kedua industri tersebut, dari segi harga, model busana yang dikeluarkan dan juga kualitas bahan produksi. Hal ini sangat mempengaruhi tingkat perbedaan ketertarikan konsumen sehingga dapat menimbulkan daya saing terhadap kedua industri tersebut. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Orientasi dunia pemasaran telah mengalami perubahan dari *profit orientied* kepada *satisfied orientied*. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen.

Menurut (Amanah, 2010) salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keuntungan dari suatu perusahaan maupun industri yaitu adalah faktor harga. Pada umumnya, konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah. Harga merupakan salah satu bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan. Dari permasalahan

diatas, penulis ingin mengetahui perbedaan tingkat keuntungan di toko Zoya dan Elzatta yang berada di daerah kota Sumenep berdasarkan faktor harga.

Tabel 1.1 Tabel penjualan Zoya selama 3 tahun

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>
Januari	344.079.900	214.484.360	117.063.929
Februari	245.043.770	183.566.540	104.282.210
Maret	175.899.700	175.899.700	152.112.360
April	208.843.635	208.843.635	170.098.908
Mei	251.841.320	251.841.320	315.110.850
Juni	721.614.430	721.614.430	544.384.390
Juli	187.431.010	187.431.010	116.727.960
Agustus	201.448.230	201.448.230	149.673.548
September	143.273.600	143.273.600	117.149.360
Oktober	152.433.820	152.433.820	104.087.910
November	161.668.230	161.668.230	123.292.270
Desember	153.731.320	153.731.230	107.391.850

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel 1.2 Tabel penjualan Elzatta selama 3 tahun

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2016</b>	<b>Tahun 2017</b>	<b>Tahun 2018</b>
Januari	-	205.942.600	128.072.600
Februari	-	137.629.200	94.906.800
Maret	-	135.284.000	139.211.800
April	-	143.633.800	150.529.720
Mei	202.359.100	311.959.101	447.338.400
Juni	617.802.600	877.899.700	749.589.700
Juli	434.132.450	161.574.250	129.071.200
Agustus	137.389.260	224.776.350	161.121.600
September	206.743.100	154.212.150	127.327.200
Oktober	168.170.200	149.383.650	142.018.800
November	165.640.950	121.839.001	116.233.750
Desember	255.712.700	206.653.205	139.487.340

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa di Zoya dan Elzatta terdapat penurunan penjualan dari tahun 2016, 2017 sampai 2018. Dikarenakan minat customer yang menurun sehingga mengakibatkan penurunan dari segi penjualan pada Zoya dan Elzatta.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah:

“Bagaimana identifikasi faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di toko Zoya dan Elzatta”

## 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui identifikasi faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di toko Zoya dan Elzatta.

## 1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian pada perusahaan ini dengan harapan agar penelitian dapat berguna bagi semua pihak, antara lain:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini berguna untuk penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di perkuliahan kedalam praktek nyata.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menganalisa suatu masalah secara rill dan dapat menerapkan teori-teori yang telah diterima pada waktu kuliah, sehingga menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian ini.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran dan masukan mengenai faktor-faktor apa saja yang selama ini masih perlu ditingkatkan.

### 1.5 FOKUS PENELITIAN

Sebagaimana tujuan yang ingin dicapai, fokus dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di toko Zoya dan Elzatta.

